

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sub sektor hortikultura pada pertanian memiliki peranan penting dalam penyediaan kebutuhan bahan pangan. Komoditas tanaman hortikultura saat ini semakin banyak diminati oleh petani karena masa panen tergolong cepat, khususnya sayuran dan jenis tanaman pangan lainnya. Komoditas hortikultura ini menempati posisi penting sebagai produk pertanian yang berpotensi untuk dapat dikembangkan menjadi usaha. Komoditas hortikultura pada umumnya dihasilkan di pedesaan sedangkan konsumennya berada di daerah pusat atau perkotaan. Oleh karena itu untuk mempermudah mendistribusikan produk pertanian diperlukan aktivitas pemasaran yang dapat menyampaikan dari produsen ke konsumen. Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan bertujuan untuk menyalurkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen akhir. Pemasaran bisa dikatakan sebagai sarana yang penting di bidang pertanian, karena dengan adanya pemasaran pendistribusian barang dan produk pertanian dapat merata. Dalam memasarkan suatu barang atau produk diperlukan peran lembaga pemasaran yang akan membentuk suatu jalur yang disebut saluran pemasaran (Ratnasari, Rudi dan Adam, 2011).

Dalam melakukan kegiatan pemasaran diperlukan saluran pemasaran yang terdiri dari produsen, lembaga pemasaran, dan konsumen. Seringkali keterbatasan modal dan alat transportasi oleh petani di daerah pedesaan menyebabkan mereka tidak melakukan sendiri pemasaran secara langsung, namun melalui tengkulak dan pedagang yang berperan sebagai lembaga pemasaran. Dalam pemasaran biasanya

diperlukan biaya yang disebut biaya pemasaran seperti biaya pemanenan, biaya angkut, sortasi, biaya pengemasan dan transportasi. Adanya biaya ini membuat lembaga pemasaran yaitu tengkulak, pengepul, pedagang besar maupun pengecer menjual produknya kepada konsumen dengan harga jual yang lebih tinggi untuk memperoleh keuntungan yang lebih banyak. Akibatnya terjadi perbedaan harga yang cukup tinggi di tingkat produsen (petani) dan tingkat konsumen (Soekartawi, 1989).

Salah satu tanaman hortikultura yang paling banyak diminati adalah sayuran kubis, yang biasanya dibudidayakan dan tumbuh dengan baik di daerah pegunungan dan dataran tinggi. Kubis ini banyak dijumpai di pasar atau pedagang kecil dan harganya juga relatif murah. Kota Batu sebagai daerah pegunungan dan dataran tinggi memiliki potensi budidaya tanaman hortikultura yang cukup tinggi. Berdasarkan data *Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Batu Tahun (2015)* produktivitas tanaman hortikultura paling banyak di Kota Batu dimana salah satunya terdapat kubis.

Tabel 1. Produksi Tanaman Hortikultura Kota Batu Tahun 2012 - 2014

| Produksi | 2012 | 2013 | 2014 |
|-----------------|-------------|-------------|-------------|
| Kentang | 73.320 | 76.252 | 78.009 |
| Wortel | 100.381 | 82.732 | 86.591 |
| Kubis | 36.293 | 40.664 | 59.119 |
| Daun Bawang | 49.958 | 36.002 | 47.095 |

Sumber : Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Batu 2015

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa produktivitas tanaman kubis yang ada di Kota Batu selama kurun waktu 2012 - 2014 mengalami peningkatan yang paling signifikan. Hal ini berarti kebutuhan akan kubis semakin banyak seiring dengan permintaan pasar dan konsumen.

Di Kota Batu terdapat daerah sentra penghasil kubis yaitu di Kecamatan Bumiaji, tepatnya di Desa Tulungrejo dan Sumberbrantas. Berikut ini disajikan data dari *Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Batu Tahun (2012)* komoditi unggulan tanaman sayuran di Kecamatan Bumiaji.

Tabel 2. Data Potensi Unggulan Tanaman Sayuran Di Kecamatan Bumiaji 2012.

| No. | Komoditas | Luas Panen (Ha) | Produksi (Ku) | Produktivitas (Ku/ha) | Sentra Produksi |
|-----|-----------|-----------------|---------------|-----------------------|----------------------------|
| 1 | Kentang | 200 | 36.200 | 181 | Sumber Brantas, Tulungrejo |
| 2 | Kubis | 50 | 9.000 | 180 | Sumber Brantas, Tulungrejo |
| 3 | Sawi | 50 | 8.000 | 160 | Sumber Brantas, Tulungrejo |
| 4 | Wortel | 350 | 63.000 | 160 | Sumber Brantas, Tulungrejo |

Sumber : Dinas Pertanian dan Kehutanan Kota Batu, 2012

Dari tabel 2 di atas, dapat diketahui bahwa kubis merupakan salah satu komoditi unggulan Desa Sumberbrantas. Budidaya kubis yang ada di Desa Sumberbrantas saat ini memang dapat dikatakan cukup berhasil, karena di Desa ini sebagai salah satu pemasok tanaman kubis yang ada Kota Batu.

Topografi wilayah yang berupa dataran tinggi menjadikan Desa Sumberbrantas sebagai daerah potensial dan produktif untuk budidaya tanaman kubis. Jumlah produksi kubis yang tidak diimbangi dengan harga akan berdampak buruk kepada petani, jika produksi saat sedang tinggi-tingginya tetapi harga jual rendah maka petani kubis akan mengalami kerugian karena sudah mengeluarkan

biaya yang tidak sedikit untuk budidaya kubis. Daya saing komoditi kubis yang sekarang ini dirasa semakin menurun dengan komoditi sayuran yang lain karena budidayanya cukup mahal dan harga kubis di pasaran juga rendah. Kondisi fluktuasi harga kubis yang tidak menentu di pasaran semakin membuat khawatir para petani kubis, sedangkan permintaan konsumen akan kubis semakin meningkat. Di sisi lain petani harus memikirkan bagaimana tetap menghasilkan kubis yang berkualitas dan dapat laku di pasaran dengan harga yang tinggi (Didik, 2012).

Pemasaran kubis di Desa Sumberbrantas sebagian masih belum optimal, meskipun jumlah panen cukup banyak tetapi petani masih menjual kubis ke pasar dengan harga yang rendah. Kondisi yang seperti ini disebabkan karena sebagian petani masih kurang paham atau belum memiliki saluran pemasaran yang efisien. Desa Sumberbrantas yang berada di daerah dataran tinggi tentunya membutuhkan transportasi dan saluran pemasaran agar komoditi pertaniannya dapat sampai ke daerah pusat atau perkotaan sehingga dapat dijangkau oleh banyak konsumen. Kondisi yang terus seperti ini akan berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha petani kubis, hal ini bukan tidak mungkin nantinya menyebabkan petani kubis beralih ke komoditi lain sehingga berakibat langkanya sayuran kubis di pasaran.

Dari beberapa permasalahan tersebut perlu dilakukan penelitian yang mengkaji tentang “Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Kubis di Desa Sumberbrantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu”, yang diharapkan dapat membantu petani kubis dalam menentukan saluran pemasarannya. Dengan begitu dapat diketahui manakah saluran pemasaran kubis yang paling efisien yang akan menambah pendapatan, memperoleh keuntungan semaksimal mungkin dan akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan petani kubis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pola saluran pemasaran kubis di Desa Sumberbrantas Kota Batu ?
2. Berapa besarnya margin pemasaran kubis di Desa Sumberbrantas Kota Batu ?
3. Apakah pemasaran kubis di Desa Sumberbrantas sudah efisien?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pola saluran pemasaran kubis di Desa Sumberbrantas Kota Batu.
2. Menganalisis besarnya margin pemasaran kubis di Desa Sumberbrantas Kota Batu.
3. Menganalisis efisiensi pemasaran kubis di Desa Sumberbrantas Kota Batu.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi petani kubis, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang pentingnya pemasaran sehingga dapat bermanfaat bagi petani.
2. Bagi lembaga pemasaran, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang saluran pemasaran yang paling efisien sehingga dapat bermanfaat bagi masing-masing lembaga pemasaran.
3. Bagi pembaca dan peminat permasalahan yang sama, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan pengetahuan.

1.5 Batasan Istilah dan Pengukuran Variabel

1.5.1 Batasan Istilah

1. Petani yang dimaksud dalam penelitian ini adalah petani yang membudidayakan kubis dan melakukan pemasaran kubis.
2. Pemasaran kubis adalah kegiatan yang berhubungan dengan pelaksanaan, pengumpulan, penyaluran barang dan jasa dari produsen (petani kubis) ke konsumen akhir.
3. Lembaga pemasaran adalah badan usaha yang menjalankan fungsi-fungsi pemasaran ketika kubis mulai bergerak dari petani (produsen) ke konsumen.
4. Saluran pemasaran adalah rangkaian penyaluran kubis dari petani sampai ke konsumen.

1.5.2 Pengukuran Variabel

1. Harga kubis di tingkat petani, lembaga pemasaran dan konsumen akhir ditetapkan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).
2. Margin pemasaran adalah selisish antara harga yang dibayarkan konsumen akhir dengan harga yang diterima petani kubis, dalam satuan rupiah (Rp).
3. *Farmer Share* adalah bagian yang diterima petani kubis dari hasil penjualan ke konsumen dalam bentuk persen (%).
4. *Market Share* adalah bagian atau harga yang diterima setiap lembaga pemasaran terhadap harga beli konsumen akhir dalam bentuk persen (%).
5. Biaya pemasaran yaitu biaya yang dikeluarkan setiap lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran seperti transportasi, sortasi, pengangkutan, pengepakan dalam satuan rupiah (Rp).

6. Efisiensi Operasional untuk mengetahui ukuran biaya minimum fasilitas transportasi pemasaran kubis dari petani ke konsumen dalam satuan persen (%).
7. Efisiensi Harga untuk mengetahui besarnya biaya transportasi dan *processing* antar lembaga pemasaran dalam satuan rupiah (Rp).
8. Indeks Efisiensi Pemasaran untuk mengetahui efisiensi pemasaran kubis ditinjau dari harga kubis di tingkat konsumen dan jumlah biaya pemasaran kubis yang dikeluarkan.

